



## Einen Kleinverlag erfolgreich führen – Interview mit der Verlegerin Angelika Schulz-Parthu

Angelika Schulz-Parthu ist Verlegerin und Mitglied der Mörderischen Schwestern. Ihren Leinpfad Verlag ([www.leinpfadverlag.com](http://www.leinpfadverlag.com)) hat sie 1997 in Ingelheim gegründet. Unterstützt wird sie im Tagesgeschäft durch drei Mitarbeiterinnen. Spezialisiert hat sich der Verlag auf regionale Titel.

Im Jahr 2010 wurde der Leinpfad Verlag Unternehmen des Jahres im Landkreis Mainz-Bingen in der Kategorie Kultur. 2013 war Angelika Schulz-Parthu für den Virenschleuder-Preis in der Kategorie Persönlichkeit nominiert und schaffte es auf die Short-List. 2018 wurde die Verlegerin vom Verein „Mörderische Schwestern“ für die Goldene Auguste nominiert und erreichte den 2. Platz.

**Liebe Angelika, was hat dich bewogen, einen Verlag zu gründen? Und würdest du es in der heutigen Zeit wieder tun? Kleinverlage haben es ja nicht unbedingt leicht, Stichwort Strategiewechsel bei Libri, Corona-bedingte Ausfälle im Buchhandel und Leserverhalten allgemein.**

Ich wollte schon immer Bücher verlegen. Bin dann aber regelrecht zurückgeschreckt, wenn ich an die großen Verlage wie Diogenes oder Suhrkamp dachte: War das nicht anmaßend, wenn ausgerechnet ich ...? Was mir sehr geholfen hat, waren Gespräche auf der Mainzer Mini-pressen Messe: Dort stellen auch Verlage aus, deren Verleger\*innen sich nur halbtags, am Wochenende oder nach Feierabend um ihre Bücher kümmern können – das war doch eine Möglichkeit!! Und so habe ich mich ein Jahr lang beurlauben lassen, den Leinpfad Verlag gegründet und wusste noch vor Ablauf dieses Jahres: Das isses! Und ich hatte in diesem ersten Jahr auch gleich so viel Erfolg (sprich: Umsatz), dass ich merkte: Könnte klappen!



Angelika Schulz-Parthu (© Schulz-Parthu)

**Neben Regionalia, wie Kochbüchern und Wanderführern, verlegst du auch Kinderbücher und – für uns natürlich besonders interessant –, Krimis. Was verbindet dich mit diesem Genre? Und welche Voraussetzungen muss ein Krimimanuskript erfüllen, damit es dich „packt“?**

Mit diesem Genre verbinden mich meine wunderbaren Leseerlebnisse mit Krimis, lange bevor ich den Leinpfad Verlag gegründet habe: Tage im Schwimmbad mit Dashiell Hammett, Ross MacDonald, Margaret Millar, später Sara Paretsky. Dann, als Verlegerin, hat mich der Erfolg der ersten sog. Regionalkrimis geradezu elektrisiert. Trotzdem habe ich lange gesucht, bis ich mit einem Manuskript so zufrieden war, dass dies der erste Krimi des Leinpfad Verlags werden sollte: ‚Stille Wasser‘ von Antje Fries.

Ein Manuskript, das mir gefallen soll, wäre am besten so, dass ich schon beim ersten Lesen in Gedanken den Presstext formuliere: Der USP (= einzigartige Wettbewerbsvorteil) eines Krimis muss mir vor Augen stehen. Das können sein der Plot, der/die Prota/s, das Thema. Für die Schreibe gilt: Eine untere Grenze sollte nicht unterschritten sein – nicht alles kann durch Hinweise des Lektorats ausgebügelt werden.

### **Besonders Regionalkrimis haben eine Zeit regelrecht geboomt. Hält der Trend noch an? Und wo siehst du die Zukunft für Krimis allgemein?**

Nein, dieser Boom ist leider vorbei. Obwohl wir gut aufgestellt sind als Regionalia-Verlag, sind die Krimi-Umsätze rückläufig. Auch bei den Reihen. Und ich weiß nicht so genau, woran das liegt. Übersättigung auch durch TV-Krimis? Gehen nur noch die großen Namen? Haben uns die Erfahrungen der Leser\*innen mit unlektorierten Krimis sowohl im Eigenverlag (früher) oder jetzt der Selfpublisher so geschadet, dass sie dann lieber gar keine (Regio-)Krimis mehr gekauft haben? Oder, wenn ich mir einzelne unserer Krimis selbstkritisch ansehe: Lag's am Titel, am Cover, am Thema, zu viel Witz für einen Krimi? Muss man auch den 8. Band einer Krimi-Reihe noch kaufen? Und Schwerstarbeit ist es mittlerweile, unbekannte Autor\*innen mit ihrem ersten Krimi bekannt zu machen. *Denn es ist, wie es ist, aber* ein Verlag ist – um es mal grob zu sagen – ein profitorientiertes Wirtschaftsunternehmen. Und wenn ich mir ansehe, dass unsere schönen und guten Krimis mit zum Beispiel 300 Seiten für 11 € in den Buchhandlungen neben solchen der großen Verlage, 600 Seiten für 8 €, liegen, dann kann man sich die Entscheidung der Käufer\*innen leicht vorstellen.

### **Was dürfen Autor\*innen vom Leinpfad Verlag erwarten? Und was erwartest du von Autor\*innen?**

Der Leinpfad Verlag hatte vor der Corina-Krise bis zu drei parallele Lesereihen, meistens einmal monatlich. „Am 7ten um 7“ (an jedem Siebten eines Monats, immer um 19 Uhr) lief am längsten. Daraus ergaben sich schon mal für fast jede Neuerscheinung drei Lesungen. Weiterhin: Der Leinpfad Verlag ist für seine gute PR-Arbeit bekannt. Ganz einfach: Wir müssen mit unseren Büchern in die Presse, die Medien kommen, denn Anzeigen können wir uns nicht leisten.

Am erfolgreichsten war unsere PR für die acht Krimis von Andreas Wagner: Seine Bücher wurden natürlich in den regionalen Medien besprochen, aber auch im Stern, im Slowfood-Magazin, der essen&trinken, Feinschmecker, FAZ Sonntagszeitung. Er saß in den Studios aller regionalen TV-Sender, aber auch im Mittagmagazin. Erleichtert wurde meine PR-Arbeit durch seinen besonderen Wettbewerbsvorteil: Er ist der einzige Winzer, der Weinkrimis schreibt.

Ich erwarte, dass Autor\*innen gut lesen (oberwichtig!), dass sie ihr Publikum ansprechen können, die richtigen Textstellen aussuchen usw. Wer nicht gut liest, sollte sich einen Profi suchen und üben, üben, üben. In den sozialen Netzwerken aktiv zu sein, ist für beide, Autor\*in und Verlag, wichtig.

### **Stichwort stationärer Buchhandel. Wie hat sich die Zusammenarbeit zwischen Verlag und Buchhändler\*innen in den vergangenen zwanzig Jahren verändert? Welche Entwicklung würdest du dir wünschen?**

Der Leinpfad Verlag als regionaler Verlag hat es natürlich besonders leicht, weil wir hauptsächlich mit Buchhändler\*innen der engeren und weiteren Region zu tun haben und das sind häufig seit über zwanzig Jahren gepflegte Beziehungen. Das bedeutet, dass es für mich ziemlich einfach ist, wenn ich anrufe und eine Schaufensterdeko nur mit unseren Titeln vorschlage, zum Beispiel zu den Regionalbuchtagen im September. Oder eine Lesung verabrede.

Dass man es schaffen kann, Kund\*innen zu binden und sie nicht an Amazon & Co zu verlieren, haben viele Buchhändler\*innen während des Lockdowns bewiesen: Sie haben ihren Onlineshop beworben, haben zu Fuß, mit Rad oder Auto ausgeliefert, Kooperationen mit Apotheken oder Bäckereien geschaffen, wo die bestellten Bücher dann abgeholt werden konnten, oder haben über ihr Fenster zum Hof doch klammheimlich mit Maske und Abstand bedient usw. usw.

### **Was ist der schönste Moment für dich im Verlegerinnen-Alltag? Was gibt dir den Wow-Effekt, wenn du morgens aufstehst?**

Das sind viele schöne Momente. Denn grundsätzlich gilt: Ich arbeite gerne. Das gemeinsame Besprechen eines lektorierten Textes mit Autor\*innen, eine gute Rezension oder (funktioniert am besten!) hohe Bestellungen :-)

**Welche Frage wolltest du in einem Interview schon immer mal beantworten?**

Schluck. Vielleicht diese: Gibt es eine Frage, die du in einem Interview schon immer mal gerne beantworten wolltest? Nein! Nein! Nein! [Bei diesen drei ‚Neins‘ wäre ein Video sinnvoll :-)]

Ganz herzlichen Dank!

Das Interview führte Webseitenredaktionsmitglied Cornelia Härtl

© Mörderische Schwestern e.V. 2020  
Joachim-Friedrich-Str. 34  
10711 Berlin

[info@moerderische-schwestern.eu](mailto:info@moerderische-schwestern.eu)  
[www.moerderische-schwestern.eu](http://www.moerderische-schwestern.eu)